

Шимрова Л. А.

психолог–консультант, научный руководитель программ
ООО «Консультационная группа «Альфа»» Россия, г. Казань

E-mail: lshimrova@yandex.ru

**ОСОБЕННОСТИ ЗАЩИТНОГО ПОВЕДЕНИЯ ЛИЧНОСТИ
ПРИ НЕДОСТАТОЧНОЙ МОТИВАЦИИ К ОБУЧЕНИЮ
В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА**

В этой статье будем рассматривать способы оказания воздействия на восприятие в целях оказания влияния на личность. Фильтры восприятия - оценочные установки, т.е. собственные определения что хорошо, а что плохо. Не оказав существенного воздействия на оценочные установки невозможно повлиять на чье-либо решение что-либо делать или же не делать. Необходимо эти фильтры сменить, что особо актуально в мотивации в кризисных ситуациях, когда человек деморализован неудачей, его психическое состояние нестабильно и характеризуется немотивированным упрямством.

Ключевые слова: личность, фильтры восприятия, психическое состояние, мотивация к обучению, кризисная ситуация

Shimrova L.A.

counselor, supervisor of programs LLC «Consulting group «Alpha»» Russia Kazan E-mail: lshimrova@yandex.ru

**PROTECTIVE BEHAVIOR OF THE INDIVIDUAL IN CASE OF
INSUFFICIENT MOTIVATION TO LEARN IN CRISIS**

In this article, we will consider ways to influence the perception of the purpose of influencing a person. The filters of perception - the estimated installation, ie own definitions of what is good and what is bad. Do not have a material impact on the valuation settings can not affect anyone's decision to do something or not to do. It is necessary to change these filters, which is especially important in the motivation in times of crisis, when people demoralized by the failure of his mental state is unstable and is characterized by unmotivated stubbornness.

Keywords: personality, perception filters, mental condition, motivation to learn, crisis

В этой статье будем рассматривать способы оказания воздействия на восприятие в целях оказания влияния на личность. Из опыта разработки и проведения программ психологических тренингов можно сказать, что как массированное воздействие, так и старания отдельной личности не могут миновать фильтров нашего восприятия. Фильтры восприятия - оценочные установки, т.е. собственные определения что хорошо, а что плохо. Не оказав существенного воздействия на оценочные установки невозможно повлиять на чье-либо решение что-либо делать или же не делать. Необходимо эти фильтры сменить, что особо актуально в мотивации в кризисных ситуациях, когда человек деморализован неудачей, его психическое состояние нестабильно и характеризуется немотивированным упрямством. На преодоление этого упрямства может быть затрачено значительное количество временного ресурса, а положительный эффект может так и не последовать. Потому без оказания воздействия на оценочные установки личности невозможно добиться значительного повышения мотивации.

Психика человека настроена на поиск лучшего и более ценного, поэтому все новое привлекательно для нас как потенциально лучшее. Эффект новизны. Он часто применяется в рекламе и в смежных областях для привлечения внимания. Восприятие - это передовые рубежи того, что будет впоследствии воспринято, удостоится

пристального внимания и подробного рассмотрения. Именно сюда и направляется воздействие для оказания влияния. Но как было определено в практике работы по программам повышения уровня мотивации сотрудников коммерческих предприятий в условиях кризиса именно новизна и является стимулом, который порождает мощное и упорное сопротивление человека в попытках действовать старыми привычными способами, использовать старые навыки. Подобное поведение сильно сказывается на производительности труда, эффективности деятельности. Человек настаивает на своих убеждениях, хотя пришло время их сменить на новые соответствующие духу времен. Нужно учесть, что в условиях кризиса эффект новизны не является мотивирующим сам по себе без комплекса мер по дополнительному раскрытию преимуществ новых убеждений. Поэтому в процессе мотивации сотрудников и прочих лиц на момент любого кризиса необходимо первоначально воздействовать на оценочные установки человека, дабы избежать ненужного сопротивления в отстаивании правильности своих убеждений.

Первый этап представляет из себя период расшатывания убеждений, где количество повторений является основным средством воздействия на убеждения. Сто раз скажут про красное, что оно черное - засомневаешься, начнешь приглядываться. Надо последовательно и в разнообразных формулировках продвигать новые установки и ценности до образования бреши в старых убеждениях.

На втором этапе следует использовать силу влияния референтной группы на формирование убеждения. Для этого необходимо как можно чаще помещать растерявшегося человека в среду людей, действующих в нужном ключе. Неплохо проводить тренинги, семинары или другие обучающие программы, чтобы человек вошел во вкус освоения нового вместе с другими людьми так же находящимися в условиях обучения. Равные стартовые условия общей начальной некомпетентности по предмету обучения всех участников процесса обучения, позволяют очень заметно снизить уровень напряженности и сопротивления неадаптированного к кризису человека.

Третий этап должен быть посвящен работе с эмоциональной сферой личности. Поскольку нестабильность психического состояния закономерна в условиях кризиса, необходимо воздействовать на эмоциональном уровне, т.к. в момент сопротивления человек занимает жесткую позицию, характеризующуюся слабым уровнем анализа. В момент переживания кризиса человек, как правило, очень эмоционален и плохо контролируем. Он часто гневается и ищет виноватых. Необходимо перенаправить гнев на преодоление ситуации, показав временность возникших затруднений, которые нужно преодолеть, а гнев даст энергию на прорыв. Также часто человек в эмоционально перегруженном состоянии впадает в иллюзорную эйфорию, питая необоснованные надежды на светлое будущее. Неоправданные надежды в дальнейшем озлобляют человека, образуя замкнутый круг. Причиной же служат оценочные установки неадаптированной личности, которая воспринимает, текущие трудности как непреодолимое препятствие и вследствие этого переживает крайнюю степень неудовлетворенности. Результатом являются деструктивное состояние, находясь в нем человек сеет вокруг себя разрушения. Задания нужно давать небольшими частями, чтобы была возможность испытывать радость преодоления и удовлетворенность.

Ожидание неудачи столь характерное для человека в условиях кризиса оказывает очень мощное блокирующее мотивацию воздействие, ослабляет волевые процессы. В состоянии ожидания неудачи проявления пугливости, переходящей в панику весьма распространены. Нагнетание обстановки будет непереносимой нагрузкой и завершится деструктивным действием. Угрозы обязательно приведут к срыву или стагнации. Поэтому в условиях кризиса эмоцию страха, как ключевую мобилизующую нужно использовать по назначению. Человек должен бояться вполне предметно или боли, или потери, а не будущих действий. Именно боязнь будущих

действий, становится причиной неэффективности и падения мотивированности действий. Предметный страх мобилизует на преодоление трудностей, а беспредметный лишает личность активности или же приводит к панической суете. При мотивировании с использованием эмоции страха, границы опасности должны быть четкими, суть опасности ясна. В противном случае опасная неопределенность вызовет фрустрацию и мотивация преодоления будет низкой. А в условиях кризиса именно мотивация преодоления является необходимым условием продуктивности любой деятельности.

УДК 81'33, 37.01

Шиннерль М.

Главный администратор международных программ и проектов,
Институт содействия интеллектуальным интеграциям IFIE,
Австрия, г.Вена

E-mail: michaela.schinnerl@gmail.com

**ВОЗНИКНОВЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ФЕМИНИСТСКОЙ
ЛИНГВИСТИКИ В РОССИИ И ЕЕ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ**

Аннотация. В статье раскрываются направления интенсивных исследований гендерных вопросов и рассмотрения женщин в немецко-говорящих странах. Также рассматриваются тенденции развития исследования данного направления в российской науке, в том числе в отношении образовательных аспектов.

Ключевые слова: феминистская / гендер(ная) лингвистика, женский вопрос, гендерные исследования, историческое развитие феминизма, социолингвистика, три волны феминизма, педагогический аспект, гендерные исследования в педагогике.

Schinnerl M.

Chief Administrator of International Programs and Projects,
Austrian Institute to promote intelligent integration (Vienna, Austria)

E-mail: michaela.schinnerl@gmail.com

**THE EMERGENCE AND DEVELOPMENT OF FEMINIST LINGUISTICS IN
RUSSIA AND ITS PEDAGOGICAL ASPECT**

Abstract. The article reveals the direction of intensive studies of gender and consideration of women in the German-speaking countries. It also discusses trends in the development of this direction of research in the Russian science, including in relation to educational aspects.

Key words: feminist linguistics, women's issue, gender studies, historical evolution of feminism, sociolinguistics, three waves of feminism, the pedagogical aspect of gender studies in pedagogy

Начало западного женского движения ведет в эпоху Просвещения, когда люди начали говорить о равенстве всех людей. Это требование также напоминает о времени Французской Революции, когда был провозглашен тот призыв. Права граждан должны применяться не только к мужчинам, но и к женщинам. Важную роль сыграла француженка Олимпия де Гуж и ее *Déclaration des droits de la Femme et de la Citoyenne* (Декларация прав женщин и гражданок) в 1791 г.

Что касается истории женского движения и феминизма, чаще всего говорят о трех волнах, которые сформировались в США и Западной Европе. В дальнейшем приведен обзор истории женского движения, при котором развернулась новая исследуемая область феминистской лингвистики. В литературе по феминистской